

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Chaedar Alwasilah. (2019). *Pokoknya Studi Kasus: Pendekatan kualitatif* (1st ed.). PT. Kiblat Buku Utama.
- Afifah, Y. N. (2020). *Strategi Pemanfaatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran (Studi Kualitatif Strategi Komunikasi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Perusahaan Niagahoster)*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Agung Nugroho Catur Saputro, Suhelayanti Suhelayanti, Nur Chabibah, Year Rezeki Patricia Tantu, Jessica Elfani Bermuli, Kelly Sinaga, Ahmad Fauzi, Sri Rezeki Fransiska Purba, S. F. (2021). *Pembelajaran Sains* (J. S. Watrianthos, Ronal (ed.); 1st ed.). yayasan kita menulis.
- Ahmad Hilmy Almassawa, Ismi Hayati Ma'sum, Nia Sundari, K. (2021). *Meningkatkan Keterampilan Menulis Perbedaan Teks Eksplanasi Bagi Siswa Tunanetra Kelas Xi Dengan Metode Pengalaman Penginderaan*. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/SAMASTA/article/view/14> – 23
- Alexander Bechte. (2020). *The Top Destination Marketing Trends in 2020*. <https://Pro.Regiondo.Com/>.
- Alhassan Abdullahi Ohiomah. (2015). *The Technology-to-Performance Chain: How Lead Management Systems Drive Inside Sales Performance*. Master of Science in Electronic Business Technologies.
- Aliyah, I., Yudana, G., & Sugiarti, R. (2020). *Desa Wisata Berwawasan Ekobudaya: Kawasan Wisata Industri Lurik* (J. S. Alex Rikki (ed.); 1st ed.). yayasan kita menulis.
- Almas, A. F. (2018). Sumbangan Paradigma Thomas S. Kuhn dalam Ilmu dan Pendidikan (Penerapan Metode Problem Based Learning dan Discovery Learning). *At-Tarbawi: Jurnal Kajian Kependidikan Islam*, 3(1), 89-106. <https://doi.org/10.22515/Attarbawi.V3i1.1147>.
- Andi Haris. (2020). *Teori Sosiologi Modern* (LeutikaPrio (ed.); 1st ed.).
- Andrea Amorita Tulung, Sri Ulya Suskarwati, V. C. A. (2021). Instagram Sebagai Media Government Public Relations Kementerian Komunikasi Dan Informatika Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 5(2), 137–152. <https://doi.org/https://doi.org/10.33884/commed.v5i2.3667>
- Anesta, A. F., Fatman, A. F., & Sugandi, M. (2020). Zonasi Distribusi Tanaman Hutan di Taman Nasional Gunung Semeru Berdasarkan Integrasi Nilai Indeks Vegetasi dan Digital Elevation Model. *Jurnal Geosains Dan Remote Sensing*

- (*JGRS*), 1(2), 64–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.23960/jgrs.2020.v1i2.30>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. *Sukabumi: CV Jejak*.
- Antonius Along. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP)*, 6(1).
- Anugrah. (2014). The role of marketing public relations in cognitive decision making process through the enhancement of brand awareness. *Jurnal Interact*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36388%2Fia.v3i1.714>
- aradilla Indah Wahyu Putri, M. A. S. (2022). Strategi Mengelola Hubungan Pelanggan Pada Kajian Business To Business PT Wakabe Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1), 44–55. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.501>
- Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, Erika Revida, Muhammad Hasan, Diena Dwidienawati Tjiptadi, Hisarma Saragih, Puspita Puji Rahayu, Jossapat Hendra Prijanto, Astrie Krisnawati, Mochamad Sugiarto, Okta Malinda, Oeng Anwarudin, Dyah Gandasari, A. N. H. (2021). *Metode Penelitian Sosial* (M. iqbal Alex rikki (ed.); 1st ed.). yayasan kita menulis.
- Arditya Prayogi. (2021). Pendekatan Kualitatif dalam Ilmu Sejarah: Sebuah Telaah Konseptual. *Historia Madania*, 5(240–254). <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/hm.v5i2.15050> CITATIONS total citations on Dimensions.
- Arina Robbyatul Maulida ;HarisHermawan; AhmadIzzuddin. (2022). Pengaruh Viral marketing Dan Brand Awareness Terhadap keputusan pembelian. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 27–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.260>
- Arofah, A., & Achsa, A. (2022). Analisis Penggunaan Digital Marketing Sebagai Upaya Pemulihan Pariwisata Di Era New Normal (Studi Kasus Pada Taman Kyai Langgeng Magelang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 15–16.
- Asti Prasetyawati. (2021). Dualisme Dampak Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Dalam Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(2614-218X). <https://doi.org/https://doi.org/10.24815/jkg.v10i2.23148>
- Azizah, L. (2014). *Perencanaan Kebun Praktek Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian Kampus Cibalagung untuk menunjang Wisata Edukasi*. Institut Pertanian Bogor.
- Basri. (2005). *Bisnis Pengantar*. BPF.

- Basri Bado. (2022). *Model Pendekatan Kualitatif: Telaah Dalam Metode Penelitian Ilmiah* (T. Media (ed.)). Tahta Media Group.
- Bijay Prasad Kushwaha. (2020). Integrating Social Media And Digital Media As New Elements Of Integrated Marketing Communication For Creating Brand Equity. *Journal of Content, Community & Communication*, 11, 2395–7514.
- Blasius Manggu, S. Ben. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (Stp) Dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan Umkm Kota Bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 27–34. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>
- Caleb T. Carr. (2021). *Computer-Mediated Communication A Theoretical and Practical Introduction to Online Human Communication* (Natalie Ma). Rowman & Littlefield.
- Carr, C. T. (2020). CMC is dead, long live CMC! Situating computer-mediated communication scholarship beyond the digital age. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 9–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz018>
- Chaffey, D. and F. E.-C. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (16th ed.). Pearson.
- Chamaiporn, & Samlejsin. (2022). Integrated Marketing Communication and Service Quality Influencing on Brand Loyalty of Customer a Company that Produces and Distributes Chemical Fertilizers Under the ABC Brand. *Asian Administration and Management Review*, 5(1).
- Cohen, E. L. (2018). “What makes good games go viral? the role of technology use, efficacy, emotion and enjoyment in players” decision to share a prosocial digital game. *Computers in Human Behavior*, 33(Elsevier Ltd), 321–329. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.013>
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta :PT Pustaka Pelajar.
- Dedi Purwana ES, Rahmi, S. A. (2016). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1).
- Desna Kurniati. (2015). *Potensi Pengembangan Argowisata sebagai Kawasan Eduwisata Lokas di Argowisata Cilangkap Jakarta Timur*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Dewi, N. I. K., Saraswati, A., & Furqon, A. N. F. (2022). Penerapan Pola Komunikasi Soft Selling Melalui Storytelling Dalam Film Iklan “Metamorfodream.” *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 8(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33633/andharupa.v8i02.5270>
- Dewi Quraisyin & Ipin Rahmadi. (2015). Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) Di Media Radio Segara FM Bangkalan. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 83–94. <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/ilkom.v9i1.1154>
- Diah Pradiatiningtyas. (2015). Analisa Buying Behavior pada Online Travel Agent. *AMIK BSI Bandung*, 6(2), 51–62.
- Dinas Kepemudaan, O. dan P. P. J. T. (2020). Draft Buku Pariwisata Jawa Tengah Dalam Angka Tahun 2020. *Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah*.
- Eka Susanti. (2021). *Pengaruh Integrated Marketing Communication (Imc) Dan Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Konsumen Online Shop Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Shopee Tahun 2020)* [Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung]. [http://repository.radenintan.ac.id/17205/1/SKRIPSI BAB 1%265.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/17205/1/SKRIPSI%20BAB%201%20265.pdf)
- Emeh, prince C. (2018). Effect of Integrated Marketing Communication (IMC) On Firms ' Sales Volume: A Study of Nigeria ' s Food and Beverag... *International Journal of Interdisciplinary Research and Innovations*, 6(1), 164–168.
- Erfmeyer, R. C., and Johnson, D. A. (2001). An exploratory study of sales force automation practices: expectations and realities. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 21(2), 167–175.
- Estriani, H. N. (2019). Kawasan Ekonomi Khusus (Kek) Mandalika Dalam Implementasi Konsep Pariwisata Berbasis Ecotourism: Peluang Dan Tantangan. *MANDALA Jurnal Hubungan Internasional*, 2(1), 64–79.
- Fajriyatussa'adah, E. (2022). *Peran Facebook sebagai Media Komunikasi di Kalangan Remaja pada Era Pandemi (Studi Kasus Desa Buaran Jati, Kab. Tangerang)*. UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Felly Aulia Girnanfa, A. S. (2022). Studi Dramaturgi Pengelolaan Kesan Melalui Twitter Sebagai Sarana Eksistensi Diri Mahasiswa di Jakarta. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 58–73. <https://doi.org/https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.2>

- Ferrell, L., Gonzalez-Padron, T. L., and Ferrell, O. C. (2010). An assessment of the use of technology in the direct selling industry. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 2(30), 157–165.
- Fill, C. & Fill, K. E. (2005). *Business-to-Business Marketing: Relationships, Systems and Communications*. Pearson Education.
- Fitrah, M. (2018). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Fong, K., & Yazdanifard, R. (2014). The Review of the Two Latest Marketing Techniques; Viral Marketing and Guerrilla Marketing which Influence Online Consumer Behavior. *Global Journal of Management and Business Research : E-Marketing*, 14(2).
- Forek, G. L., Muawwal, A., & Renny. (2021). Implementasi Metode On-Page Search Engine Optimization Pada Website Halo Print Digital. *Jurnal KHARISMA Tech*, 16(2), 83–96.
- Francisco Suay. (2020). Integrated marketing communications. The coca-cola spain IMC model. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época.*, 2, 18–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.17561/ree.v2020n2.2>
- Gajić, M., Vujadinović, P. S., Malinić, P. V., & MSc. (2019). Theoretical Concepts Of Rural Tourism And Sustainable Development. *International Scientific Conference*. [http://www.vpts.edu.rs/sed19/CD Proceedings 2019/proceedings/9-1.pdf](http://www.vpts.edu.rs/sed19/CD%20Proceedings%202019/proceedings/9-1.pdf)
- Grandy Bagas Prawira Rachmanda. (2019). *Strategi Viral Marketing Oleh UMKM Jokopi Melalui Instagram Dalam Membangun Brand Awareness*. Universitas Airlangga.
- Griggs, R. (1997). *Give us leads! Give us leads! Sales & Marketing Management*,.
- Hakim, B. (2018). *Storytelling! Beriklan Lewat Cerita* (1st ed.). U. Prastya.
- Hamid, E. S., & Susilo, Y. S. (2011). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan* 12(1), 45-55. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23917/jep.v12i1.204>
- Haryanti, A. (2019). Peranan marketing public relations Bukalapak.com dalam mempertahankan brand reputation melalui kegiatan integrated marketing communications. *Siti Dewi Sri Ratna Sari*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i1.42>

- Haryoko, Sapto, Bahartiar, F. A. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik & Prosedur Analisis)*. Universitas Negeri Makassar Gedung Perpustakaan Lt. 1 Kampus UNM Gunungsari Jl. Raya Pendidikan 90222.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Herdiyanto. (2014). Manajemen Komunikasi Multi Stakeholder (Studi Kasus Manajemen Komunikasi Pengelolaan Stakeholder Lokasi Pariwisata Berbasis Ecotourism di Baturraden Adventure Forest). *Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto*.
- Hill, Jennifer dan Gale, T. (Eds. . (2009). Ecotourism and Environmental Sustainability: Principles and Practice. *Burlington: Ashgate*.
- Hiregar, G. M. (2020). *Analisis digital marketing dinas pariwisata dalam mempromosikan desa wisata kabupaten magetan (Issue 16240490)*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Hunter, G. K., and Perreault Jr, W. D. (2006). Sales technology orientation, information effectiveness, and sales performance. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 26(2), 95–113.
- I Nyoman Sukma Arida. (2017). *EKOWISATA Pengembangan, Partisipasi Lokal, dan Tantangan Ekowisata*. CAKRA PRESS Jalan Diponegoro 256.
- Ibrahim Bali Pamungkas, Alvin Praditya, Nanda Rodiyana, G. D., & Wahyudi, P. dan Y. (2021). Pemanfaatan Search Engine Optimization (Seo) Untuk Meningkatkan Penjualan Online. *ABDI LAKSANA*, 2(3), 447–455. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/al-jpkm.v2i3.13496>
- Ikhsan, M. D. Al, Pradana, F., & Bachtiar, F. A. (2019). Pengembangan Sistem Berbasis Web untuk Monitoring LEAD (Studi Kasus Website Document Solution). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(5), 4424–4433.
- Imaniawan, F. F. D., Wijianto, R., & Mulyanto, J. D. (2020). Penerapan Search Engine Optimization Untuk Meningkatkan Peringkat Website Pada Search Engine Results Page Google (Studi Kasus: www.superbengkel.co.id). *Evolusi: Jurnal Sains Dan Manajemen*, 8(2).
- Irawan, A. W., Yusufianto, A., Agustina, D., & Dean, R. (2020). *Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020 (Q2)*. <https://apjii.or.id/content/read/39/521/Laporan-Survei-Internet-APJII-2019->

2020-Q2

- Irawati Sri Wulandari. (2020). Pemanfaatan E-Wom Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Produk Es Krim Aice. *Journal of Strategic Communication*, 11(1), 46–50.
- Iswari, A. (2018). *Strategi penanganan hambatan komunikasi dalam komunikasi pemasaran business-to-business (B2B) antar budaya (studi kualitatif deskriptif pada pt. Grafitecindo ciptaprima)*. Universitas Brawijaya.
- Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of Tourism*. London, Routledge.
- Janal, D. . (2005). *Online Marketing handbook : how to sell, advertise, publicize and promote your products and services on the internet and commercial online system*. Van Nostrand Reinhold.
- Jatmiko. (2014). *Komunikasi pemasaran sebagai strategi memperluas pasar*.
- JihanNurRahmiilahAyu. (2019). Efektifitas viral marketingdalam Meningkatkan niat dan keputusan Pembelian Konsumen di era digital. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 2(1), 2–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.15642/manova.v2i1.353>
- Joko Kusmoro, Ruhyat Partasamita, P. S. (2015). Kondisi Vegetasi Hutan Hujan Tropis Pegunungan Di Blok Baru Beureum Gunung Manglayang Sumedang Jawa Barat. *Biotika*, 13(1), <https://doi.org/10.24198/bjib.v13i1.10094>.
- Karman. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Instagram di Era Pandemi Covid-19. *Komunika*, 9(1), 48–62.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Ise Englan). Pearson.
- Larasati, sekar elok. (2019). *Pengembangan E-Marketing Menggunakan Seven Stages of Internet Marketing (Studi Kasus : Emina Cosmetics)*. Universitas Jember.
- Lucia Porcu. (2019). Analyzing the influence of firm-wide integrated marketing communication on market performance in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 13–24.
- M. Anang Firmansyah. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (T. Q. Media (ed.); 1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media.

- M Lutfi MA. (2021). Implementasi teknik local search engine optimation (seo) menggunakan google my bussiness (studi kasus di tb. Jaya sukses). *Jurnal TRANSFORMASI (Informasi & Pengembangan Iptek)*, 17(2), 56–69.
- Mahendarto, T. (2018). *Buku Seri Inspirasi Makeover Rumah: 10 Ide Desain Dapur Impian*. ANDI.
- Malik Al Syifa Windu. (2022). *Penerapan Strategi Integrated Marketing Communications (Imc) Untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota Kspps Bmt Mentari Bumi Purbalingga*. Universitas islam negeri prof. K.h. Saifuddin zuhri purwokerto.
- Malla. (2016). *Online Travel Agent*. Www.Quora.Com. <http://www.quora.com/what-are-the-component-of-OTA-model-online-travel-agencies>
- Meutia Dewi. (2020). Analisis Pengaruh Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Morris Bakery Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 4(2), 191–200.
- Miftakhul Nur Choirul W.S.S. (2021). *Materi Dasar HTML #5 : Pengertian Dan Cara Membuat Heading*. <https://Syteekno.Genbisoft.Com/>. <https://syteekno.genbisoft.com/2021/07/materi-dasar-html-cara-membuat-heading.html>
- Miles, Huberman, S. J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook* (Terjemahan & U.-P. Tjetjep Rohindi Rohidi (eds.); 3rd ed.). USA: Sage Publications.
- Moeljanto, F. N., & Setiawan, A. P. (2021). *Rumah Minimalis Multifungsi*. PETRA PRESS.
- Moleong, L. . (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif. (Edisi Revisi)*. Remaja RosdaKarya.
- Monat, J. P. (2011). Industrial sales lead conversion modeling. *Marketing Intelligence & Planning*, 2(29), 178–194.
- Muhammad Akid Muayyidat Aflah. (2018). *Keanekaragaman Biota Lantai Hutan Di Kawasan Montana Gunung Dempo Kota Pagar Alam Pada Ketinggian 2000-2500 Mdpl Serta Sumbangannya Pada Pembelajaran Biologi Sekolah Menengah Atas*. Universitas Sriwijaya Indralaya.
- Muhammad Fajar Shiddiqi. (2019). *Membangun Brand Image fakultas melalui media sosial (pengaruh social Media Maintenance, Social Media Endorsement dan Electronic Word-of-Mouth terhadap Brand Image fakultas keguruan dan ilmu pendidikan Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon)*. Universitas Sebelas



Maret.

- Muhammad Fariz Pinuji, S. S. (2019). Pengaruh user-generated content sebagai alat komunikasi bisnis terhadap kredibilitas informasi website “tokopedia.” *Journal of Creative Communication*, 1(1).  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33376/is.v1i1.347>
- Muhard. (2007). *Strategi Operasi: Untuk Keunggulan Bersaing*. Graha Ilmu.
- Mursitama, T. (2020). *Penelitian Studi Kasus: Apa Definisi dan Jenisnya?*  
<https://www.youtube.com/>. <https://youtu.be/BKMANVyXe8U>
- Nabila Azalia, A. (2021). Komunikasi Pemberdayaan Dalam Promosi Dan Pemasaran Untuk Pengembangan Showroom UMKM Di Kabupaten Purworejo. *Skripsi Unsoed*.
- Nafi, M., Supriadi, B., & Roedjinandari, N. (2017). *Pengembangan Ekowisata Daerah*. University Merdeka Malang.
- Nainggolan, M. Z. E. R. (2021). Pengaruh Personal Selling Dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Thai Tea Di Surabaya. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(2), 153–161.
- Natasya Putri Andini, Suharyono, S. (2014). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 Yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(1), 1–6.
- Niagahoster. (2018). *Manfaat Search Engine Optimization Bagi Bisnis Anda*. [www.Niagahoster.Co.Id](http://www.niagahoster.co.id). [https://www.niagahoster.co.id/b%0Alog/apaituseo/#Pengertian\\_SEO](https://www.niagahoster.co.id/b%0Alog/apaituseo/#Pengertian_SEO)
- Nilamsari, N. (2017). Memahami Studi Dokumen dalam Penelitian Kualitatif. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13(2), 177-181.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.32509/wacana.v13i2.143>
- nisa. (2022). *8 Tahapan Lead Management dan Manfaatnya untuk Kesuksesan Bisnis*. <https://inmarketing.id/>.
- Nizar Haris Masruri. (2022). Kajian Metode Seo Berbasis On-Page Sebagai Strategi Meningkatkan Visibilitas Website Di Serp. *Jurnal Teknologi Informasi*, 16(1).
- nur aini. (2021). *Cara Mengoptimalkan Lead Generation Yang Efektif*. [Inmarketing.Id](https://inmarketing.id/).

- Nur Kholisoh, S. M. M. (2017). Peran Media Online Dalam Pengembangan Bisnis Melalui Internet Marketing B2b Marketplace. In *Bunga Rampai Komunikasi Indonesia* (Pratiwi he). litera.
- Nur Rizqiyah. (2021). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Industri Villatas Jaya Nusawungu). *AmaNU: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 4(2), 178–191.
- Nurdin Hidayah. (2020). *7 Tren Pemasaran Pariwisata Yg Wajib Diketahui Oleh Para Marketer*. <https://Pemasaranpariwisata.Com/>.
- Nurul Pringgowati. (2019). ). Evaluasi Intergrated Marketing Communication Disbudpar dan Disporapar Dalam Menyiapkan Kota Malang Sebagai Tourism Hub Tahun 2019-2020. *Jurnal Heritage*, 9(1), 1–19.
- Nurul Rizky. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.177-190>
- Pellu, I. (2021). *Persepsi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Ambon Terhadap Media Cetak Ambon Ekspres sebagai Sumber Informasi* [Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (Iain) Ambon]. [http://repository.iainambon.ac.id/2026/1/BAB I%2C III%2C V.pdf](http://repository.iainambon.ac.id/2026/1/BAB%20III%20V.pdf)
- Philip Kotler, K. Lane K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Pieter Gunawan Widjaya. (2017). Analisis Segmenting, Targeting, Positioning Dan Marketing Mix Pada Pt.Murni Jaya. *Agora*, 5(1).
- Prameireza, H. D., Mursityo, Y. T., & Pramono, D. (2018). Pengembangan Sistem Informasi Sales Force Automation dan Service Automation Pemesanan dan Penjualan Menggunakan Metode Rational Unified Process (Studi Pada Kantin FILKOM Universitas Brawijaya). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(2), 6688–6696.
- Pramono Benjamin. (2021). Penggunaan Media Digital Dalam Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Ciburial, Samarang, Garut. *COMMUNICATION*, 12(2), 107–121.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. CV Pustaka Setia.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*.

- Putri Rizki Amany. (2022). *Strategi public relations dalam menjaga Eksistensi pt pikiran rakyat di bandung*. universitas pasundan bandung.
- R. Edward Freeman, Jeffrey Harrison, Andrew Hicks, B. P. and S. de C. (2010). *Stakeholder Theory The State of the Art*. the United States of America by Cambridge University Press.
- Rahaditya Nadhif Mahendra. (2021). *trategi Komunikasi Melalui Instagram Dengan Model Sostac Pada Clothing “Lupa Dicuci” Dalam Meningkatkan Brand Awareness [UNS-FISIP]*.
- Raluca Dania TODOR. (2016). Marketing Automation. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov Series V: Economic Sciences*, 9(2), 88–94.
- Rani Dwi Lestari. (2019). Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) Berbasis Teknologi Media Online Untuk Meningkatkan Daya Saing Potensi Wisata Di Bukit Mojo Gumelem, Mangunan Yogyakarta. *Charity Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2).
- Ratu Syifa Nabila Khansa. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rockstar Gym (Studi Kasus Cabang Lippo Mall Purijakarta Barat). *Jurnal STEI Ekonomi*, 20(20).
- Rebekka Rismayanti. (2016). Integrated Marketing Communications (IMC) di PT Halo Rumah Bernyanyi. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13(2), 253–266.
- Riesma Winora, Dadang Rahmat Hidayat, A. B. (2021). Penerapan Kode Etik Jurnalistik dalam Penulisan Berita Kriminal pada Media Online Infobekasi.co.id. *Kajian Jurnalisme*, 4(2), 165–175. <https://doi.org/10.24198/jkj.v4i2.29323>
- Rifki Mohamad, I. Y. N. (2020). Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Jurnal Oikos-Nomos*, 13(1), 1–14.
- Rina Tanti Astik Putri, Janette Maria Pinariya, G. D. M. (2022). Taktik Integrated Marketing Communications Pada Umkm Pengrajin Batik Solo. *MetaCommunication: Journal of Communication Studies*, 7(1), 96–110. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20527/mc.v7i1.11735>
- Riyadi, S., Susilo, D., Sufa, S. A., & Dwi Putranto, T. (2019). Digital marketing strategies to boost tourism economy: A case study of atlantis land Surabaya. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(5), 468–473. <https://doi.org/https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7553>
- Riyanto, A. (2018). Analisis Dan Penerapan Search Engine Optimization Pada Website Menggunakan Metode White Hat Seo. *Jurnal Teknologi Informasi*, 1.

- Rizky Aulia Amanta Putri, Rini Rahayu Kurniati, D. K. (2021). Implementasi Integrated Marketing Communication (Imc) Pada Produk Rahn Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Unit Gadang). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(2), 179–188.
- Samuel Randy Tapparan, O. F. T. A. (2022). Pengaruh viral marketing dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi shopee. *Fair Value :JurnalIlmiahAkuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 5041–5048. <https://doi.org/https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1805>
- Sari, R. K. (2019). Viral marketing: Harness The Power Of Social Media. *CERMIN :JurnalPenelitian*, 3(2), 81–96.
- Setya Indah Isnawati. (2022). Viral Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(27–46). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35473/v1i1>
- Sherly Nur Fitri Dewi, Kanom, I. P. S. M. (2021). Pengaruh Online travel agent Dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan menginap di kalibaru cottages hotel & restoran Banyuwangi. *Jurnal Inovasi Penelitain*, 2(4), 1235–1244. <https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jip.v1i4.681>
- Sifa Rizkika Fauzi. (2021). *Analisis Kemampuan Kerja Sama Siswa Sekolah Dasar Menggunakan Model Problem Based Learning* [Universitas Pasundan Bandung]. <http://repository.unpas.ac.id/54947/1/COVER.pdf>
- Silviani, Irene, P. D. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (Imc)* (I. Silviani (ed.); 1st ed.). Scopindo Media Pustaka.
- Siswoyo, I. (2020). Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication) Dalam Mempromosikan Destinasi Wisata Asia Farm di Pekanbaru. *JOM FISIP*, 7(2).
- Sri Widyastuti. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu (Solusi Menembus Hati Pelanggan)* (Iskandar Hadi (ed.); 1st ed.). FEB-UP Press. <http://36.91.55.181/omeka/files/original/f37ed16c4fb26d12649a467dcb2f819.pdf>
- Standar Nasional Indonesia. (2014). *Prinsip dan kriteria pengelolaan ekowisata*.
- Suka, E. A. A. G., & Lubis, S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan. *Jurnal Network Media*, 2(2), 2–27.

- Survei APJII: Penetrasi Pengguna Internet Di Indonesia Capai 64,8.(Online).* (2021). Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/ber%0Aita /2019/05/16/survei-apjii-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-capai648>
- Svitlana Bondarenko, Olena Laburtseva, Olena Sadchenko, Vira Lebedieva, O., & Haidukova, T. K. (2019). Modern Lead Generation in Internet Marketing for the Development of Enterprise Potential. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE)*, 8(12), 3066–3071. <https://doi.org/10.35940/ijitee.L2477.1081219>
- Syaiful Bahri. (2020). Implementasi Teknik Seo (Search Engine Optimization) Pada Artikel Untuk Menempati Halaman 1 Pencarian Google. *Jurnal Sintaksis*, 3(1), 41–44.
- Taghilooa, G. (2011). “*Use of Color in Minimalist Interior Spaces : With Different Function in Different Regions.* D i s s.
- Taiminen, H. M., & Karjaluo, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2013-0073>
- Tisnawati, E., Natalia, D. A. R., Ratriningsih, D., Putro, A. R., Wirasmoyo, Wiliarto, Brotoatmodjo, H. P., & Asyifa, A. (2019). Strategi Pengembangan Eko-Wisata Berbasis Masyarakat Di Kampung Wisata Rejowinangun. *Inersia*, 15(1). <file:///C:/Users/acc.com/Downloads/24859-63014-1-SM.pdf>
- Tri Septiar Syamfithriani. (2018). Aplikasi sales force automation pt. Asp breeding farm (SFA ASPBF). *Jurnal Cloud Information*, 3(2), 1–5.
- Umanailo, M. C. B. (2019). Paradigma Konstruktivis. *Int. J. Sci. Technol. Res*, 8(10), 1-2. <https://doi.org/10.31219/Osf.Io/9ja2t>.
- Walther, J. B. (2011). *Theories of computer-mediated communication and interpersonal relations* (In M. L. K). Sage.
- Waode Dasniawati, Petrus Izaach Suripatty, A. W. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keunggulan Usaha Mikro Pada Kelurahan Kalibobo Kabupaten Nabire. *Uswim*, 1(1).
- We are Social. (2020). *Indonesia Digital Report 2020*.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen dan Komunikasi Pemasaran*. Alfabeta.
- Wiktor, J. W. (2021). The Competitive Function of Online Advertising. An Empirical Evaluation of Companies’ Communication Strategies in a Digital World.

*Procedia Computer Science*, 192, 4158–4168.

Xinru Yu. (2019). Determinants of the effectiveness of integrated marketing communications (IMC): Insights from volunteer tourism organizations. *Journal of Tourism Quarterly*, 1(1–2), 14–30.

Yalia, M. (2015). Implementasi Kebijakan Pengembangan Dan Pemberdayaan Lembaga Komunikasi Sosial (Studi Pada Kelompok Informasi Masyarakat (Kim) Di Kabupaten Pangandaran Jawa Barat). *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 19(1), 123402.

Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis* (Aditya Ari Christiani (Ed.); 1st ed.). CV. Andi Offset.

Zakiyyaha, H. A. H. (2017). Deskripsi Tumbuhan paku Terrestrial Pada Kawasan Baturraden Adventure Forest (BAF) di jalur Forest Hicking Track Purwokerto. *Jurnal Hadhariyah*, 5(1), 37–43.

